



# MENSAGENS PRONTAS

## ABORDAGENS VIA WHATSAPP

Para nós, o assunto é tão importante, que a **Hinode** criou um Catálogo Digital que interage diretamente com seu WhatsApp.

Sabemos da dificuldade para realizar um primeiro contato onde ainda não existe uma abertura e não sabemos exatamente o humor de quem está do outro lado do App.

Uma frase errada pode te deixar sem resposta ou ser bloqueado.

Pensando nisso, nossa equipe de vendas elaborou modelos para as melhores abordagens iniciais e dicas interessantes para que você consiga uma boa abertura sem colocar a venda em risco.

**Modelo 1:** Primeiro contato depois de pegar o WhatsApp do seu prospecto.

O primeiro ponto aqui é não enviar logo de início uma mensagem muito grande dizendo tudo o que veio em mente. Vamos falar mais sobre isso adiante! Lembre-se que do outro lado existe uma pessoa, busque chamar a sua atenção para conversa e só depois introduza o assunto. Veja a abordagem abaixo:

**Você:** Bom dia! Sou **[nome]** e conversamos na **[ocasião]**, onde trocamos contato, tudo bem por aí?

**Resposta esperada:** Claro! Lembro sim!

*-Abordagem caso já conheça a dor do cliente-:*

**Você:** Como tinha falado para você, trabalho com **[segmento]** e acredito que podemos resolver a necessidade que você levantou comigo.

*- Para levantar necessidades do cliente-:*

**Você:** Me tira uma dúvida, o que você usa hoje para **[necessidade que o produto soluciona]**?

Após a resposta do cliente é hora de entrar com o discurso de vendas padrão.

## **Modelo 2:** Indicação de um amigo

Outra ocasião muito comum é conversar com um amigo que indica alguém com um problema que seu negócio é capaz de resolver.

Como na maioria dos casos, o interessante é criar um laço de conexão, demonstrando que existe algo que unem vocês dois.

No caso de uma indicação essa conexão é considerada forte. Dificilmente alguém vai ser seco e evasivo com o **"amigo do amigo"**.

## **Abordagem inicial:**

**Você:** Bom dia [fulano], o [nosso amigo] passou seu contato. Me chamo [nome], tudo bem?

**Resposta esperada:** Tudo sim, e por ai?

**Abordagem da venda:** Por aqui tudo certo! Estava conversando com o [nosso amigo] e ele comentou que você estava precisando de [problema em questão]. Tenho uma solução aqui para resolver estes problemas, podemos marcar uma uma ligação para amanhã às 10h?

**Observação importante:** sempre apresente hora e dia da reunião, nunca deixe em aberto para o cliente sugerir.

Não podem existir barreiras extras para marcar o compromisso.

**Modelo 3:** Abordagem de lead com rapport pela foto de perfil quando WhatsApp é a única opção.

Antes de iniciar uma conversa com alguém onde não existiu uma abordagem anterior, é interessante tentar alcançar o cliente por outros meios antes de enviar uma mensagem, solicitando a permissão para iniciar este contato por WhatsApp.

Caso a única saída seja o WhatsApp, a técnica abaixo se aplica bem:

**Rapport:** é uma técnica conhecida dos vendedores, porém muitos ainda não entenderam que é muito fácil aplicar **rapport** para gerar conexão com novas pessoas através das mensagens de texto.

Essa estratégia depende mais do perfil do vendedor ou dos clientes, e costuma apresentar resultados super interessantes.

**O objetivo aqui é simples:** observar a foto do perfil (se estiver disponível) em busca de algum detalhe que possa gerar um comentário descontraído e criar a conexão com o cliente.

Procure por elementos como paisagens, óculos, relógio, chapéu, moto, automóvel, filho ou algo que seja possível comentar, elogiar e questionar.

Vale também pesquisar nas redes sociais para entender algumas preferências que permitam essa abertura.

No exemplo, imagine que o contato que vai iniciar a conversa tem uma foto na praia.

### **Abordagem inicial:**

**Você:** E aí [fulano] tudo bem? Sou da [empresa] e recebi seu contato aqui, tudo bem?

**Resposta esperada:** Tudo sim. Eu enviei uma mensagem solicitando saber mais do [produto]. Você pode me ajudar?

**Rapport:** Cara, essa sua foto na praia me deu maior saudade de Florianópolis. Onde foi essa foto?

**Resposta esperada:** Ah isso foi em Maceió, tirei no ano passado.

**Sequência do Rapport:** Sempre quis conhecer Maceió, mas fico com medo de me arrepender e sempre acabo indo pra Floripa.

**Resposta esperada:** Que isso, Maceió vale muito a pena! Tem que conhecer!

**Finalização do Rapport:** Certo, vou colocar aqui na lista! Mas voltando ao produto, me diz um pouco mais sobre o seu problema? O que você usa agora para [dor a ser remediada]?

**Observação:** é possível que o **rapport** seja rejeitado, o cliente não esteja num dia bom ou só não seja a abordagem ideal para ele.

Saiba interpretar o clima o quanto antes e direcionar um tom mais formal para a conversa.

**DICA 1:** Use **emojis**, mas não exagere.

O uso de **emojis** é excelente para criar uma conexão emocional. Sorrisos, comemorações e referências visuais de objetos podem ajudar o vendedor a se conectar com o cliente.

Principalmente numa abertura de conversa, **emojis** fazem um papel importante na hora de causar o impacto inicial.

Mas um alerta é importante, exagerar nos **emojis** pode desequilibrar a conversa e o tom acabar soando meio debochado ou infantil.

**DICA 2:** Evite grandes blocos de textos pré-formatados.

Além de dificultar a conexão inicial, estes blocos deixam claro que a mensagem é padrão ou que o vendedor não se deu ao trabalho de iniciar um assunto, jogou um conjunto de informações na tela ao invés de começar uma conversa.

Uma comunicação eficiente exige alguns passos, que normalmente são:

- Apresentação
- Conexão via referência (amigos, contatos, eventos, conversas antigas);
- Resposta positiva de engajamento do cliente;
- Introdução ao assunto de vendas.

É importante conquistar a atenção antes de começar a falar de negócio. Assim como numa ligação por telefone, se você falar tudo o que pensa antes de existir um retorno positivo, a mensagem é rejeitada antes mesmo de ser compreendida.

## **15 Frases para vender mais produtos e chamar atenção dos clientes.**

Depois dessa injeção de motivação, você ficará ainda mais animado para começar.

Então, fique de olho nas frases prontas para vendas de Produtos, que você e seu time pode usar.

Se alguma delas não se encaixar no seu modelo de negócio, não tem problema. É só adaptá-las para se comunicar de forma assertiva com os clientes e vender mais.

### **1. “Se você antecipar o pedido do mês que vem, eu posso dar um ótimo desconto.”**

Ao perceber que o cliente gostaria de obter uma vantagem financeira, você pode fazer o uso dessa frase e, assim, atender a sua expectativa, além de garantir a venda do mês seguinte.

## **2. “Se você comprar o produto, esse outro vem totalmente grátis.”**

Aqui, você precisa deixar claro quais serão as vantagens em adquirir o produto gratuito.

Se ele não tiver algum benefício para o cliente, dificilmente, essa estratégia será assertiva.

Mas se o item de fato é vantajoso, então, pode ter certeza de que a venda é praticamente certa. Fora que oferecer algo a mais sem custo algum faz com que o cliente se sinta especial, o que é muito eficaz para o sucesso da sua negociação.

## **3. “Esse produto só possui algumas unidades disponíveis.”**

Aqui, está o gatilho mental da escassez, um dos mais vantajosos no momento da venda. E ele é ainda mais eficiente para produtos exclusivos, aqueles que só a sua empresa tem.

Se o item realmente tiver valor e importância para o seu cliente, pode ter certeza de que não vai querer perdê-lo.

Mas lembre-se de que a escassez precisa ser utilizada com integridade, ou seja, você não deve mentir durante a negociação.

Uma dica interessante é disponibilizar poucas unidades por um período e, depois de alguns meses, liberar mais algumas.

#### **4. “O desconto é válido só até amanhã.”**

Esse gatilho mental é chamado de urgência e é bastante válido para os clientes que querem uma vantagem financeira, mas ainda não têm certeza se devem ou não fazer a compra.

Tendo de fato interesse naquilo que está oferecendo, provavelmente, a decisão será em adquirir o item nas atuais condições, desde que pareçam vantajosas para ele.

## **5. “Se você não ficar satisfeito, devolveremos o seu dinheiro em XX dias.”**

Oferecer uma garantia, como a devolução do dinheiro caso o cliente não fique satisfeito, é uma forma de deixá-lo mais seguro para fazer a compra, além de aumentar a sua confiança na empresa.

Isso porque a estratégia enfatiza mais o seu interesse em manter o cliente satisfeito do que a venda. Ou seja, faz com aumente a sua confiabilidade no produto.

Não é por acaso que você vê muito esse tipo de abordagem em serviços por assinatura, como na oferta de serviços.

## **6. “Esse produto vai resolver seu problema.”**

Antes de começar um diálogo com o seu cliente, é essencial que entenda exatamente a sua necessidade para ter a certeza de como o seu produto vai ajudá-lo.

Em seguida, faça o uso dessa frase e mostre para ele que, de fato, tem uma solução para o que precisa.

As chances de se identificar e realizar a compra serão bem maiores.

Este é um bom momento de lembrar você que a frase, isolada, pode não ter efeito algum.

Mas se fizer parte de uma estratégia de persuasão, não tenho dúvidas de que dá resultado.

## **7. “Não tenho essa informação, mas vou descobrir agora mesmo.”**

Nem sempre é um problema não saber responder a pergunta do seu cliente.

O problema maior acontece quando você não vai atrás da resposta.

E pode ter certeza de que mostrar interesse em entendê-lo e em oferecer todas as informações necessárias faz com que fique muito satisfeito com a sua postura e, de quebra, eleva a possibilidade de compra.

Afinal, a sua resposta pode ser justamente o que vai esclarecer tudo que ele precisava saber para adquirir o item.

## 8. “Ao comprar esse produto, você economizará XX.”

Mais uma vez, a ideia aqui é conquistar o consumidor pelo bolso.

Mostre tudo que o cliente vai ganhar (ou economizar) ao adquirir o seu produto, seja tempo, dinheiro ou produtividade, etc.

É claro que esse ganho vai depender daquilo que você oferece e do que é importante para ele.

Por isso, vale repetir, é essencial que entenda as suas necessidades antes de mostrar todas as vantagens do item.

**Mas você sabe por que a frase em questão é tão importante?** Porque, dificilmente, as pessoas param para fazer essa análise. Portanto, não espere que o cliente tenha a percepção dos ganhos com o seu produto.

## **9. “Entre esses dois produtos, qual se encaixa nas suas necessidades?”**

É muito interessante que apresente mais de um produto ao cliente para que ele escolha o que possui todas as vantagens de que precisa.

Talvez aquele que atende à maioria não seja o ideal nessa negociação. E você só vai saber ao se mostrar interessado em realmente solucionar aquilo que preocupa o consumidor.

## **10. “Você precisa de mais alguma coisa?”**

É importante que depois de o cliente tomar a decisão de compra, você já conduza a conversa para a finalização da venda. E essa frase é muito interessante para iniciar o fechamento. Quem sabe dela não surja uma venda adicional?

## **11. “Para qual data você quer agendar a entrega?”**

Essa pode ser a última frase, aquela que efetiva a venda e que finaliza a negociação. Um bom momento de usá-la é quando o cliente está quase certo da compra, mas parece balançar diante de alguma objeção.

Com essa frase, você dá um passo à frente e transmite a ideia de que está seguro da decisão do consumidor.

## **12. "Nosso produto possui uma tecnologia inovadora."**

Os avanços da tecnologia nunca deixam de encantar os clientes.

A cada ano que passa, as coisas se tornam mais eficazes, mais fáceis de usar e mais práticas. Então, mostrar para seus clientes que eles estão adquirindo um produto com a mais recente tecnologia é uma ótima estratégia!

### **13. "Imagine você utilizando este produto e desfrutando de todos os benefícios que ele oferece."**

Para muitas pessoas, o momento da compra pode estar repleto de ansiedade e dúvidas. No entanto, depois que adquirem o produto, esses clientes normalmente ficam satisfeitos.

Essa frase para vender produtos busca tirar o cliente do momento de ansiedade e ajudá-lo a imaginar os benefícios e praticidade que o produto oferece.

### **14. "Você prefere efetuar o pagamento a vista ou parcelado no cartão de crédito?"**

É muito importante, no momento da compra, demonstrar ao cliente que ele tem opções. Isso vai além do objetivo prático da pergunta: demonstra que sua empresa busca oferecer conveniência.

## **15. "Existe algo que eu possa fazer para fecharmos o negócio?"**

Todo vendedor já se deparou com clientes que parecem nunca se decidir.

Muitas vezes, é difícil para você simplesmente adivinhar qual é o problema com a oferta. Então, o melhor jeito é perguntar.

Isso também evita que o vendedor trabalhe duro tentando fechar uma venda pelo ângulo errado. Por exemplo, sua equipe pode estar se esforçando para melhorar o preço, quando o problema real é que o cliente não tem certeza se o produto atende suas necessidades.

Boas Vendas!!!

Equipe 4.0